

## Nachhaltige Verhaltensweisen junger Erwachsener – Neue Perspektiven für suffizientes Handeln und nachhaltigen Konsum mit dem Fokus auf das Handlungsfeld Ernährung

Grotstollen, L.<sup>1</sup>, Lukas, M.<sup>1</sup> und Strassner, C.<sup>1</sup>

*Keywords: Verbraucherverhalten, Suffizienz, Bio-Lebensmittel*

### Abstract

*The enormous global consumption and waste of resources requires all in all a change in consumer behaviour and preferences. The strategy of sufficiency that demands a moderate behaviour provides a solution. The present study investigates how sustainable patterns of consumption and the multiple variation of sustainable behaviour schemes (e.g. consumption of organic food) are integrated and which role "modesty or refusal" play in the everyday life of young adults. The results of 14 qualitative interviews demonstrate that the barrier for an economically friendly and moderate behaviour in this phase of life occurs mainly because of the assumed costs. In addition it becomes clear that the knowledge about ecologically produced goods and the trust in certified organic food are lacking. In the same vein, the integrity for a moderate behaviour is only partially possible because personal belongings and independency have a higher significance in a young adult's life. As a possible solution the organic food industry has to provide more information and explanations to gain more trust in organic products. Furthermore, the barriers for an ecologically friendly and moderate behaviour have to be broken by incentives and communication of user benefits as well as in improved education schemes.*

### Einleitung und Zielsetzung

Das Verbraucherhandeln in den Industriestaaten ist geprägt von Individualisierungs- und Globalisierungstendenzen. Doch die voranschreitende ökologische Krise wie Peak Oil oder der Klimawandel werden langfristig zu einer Einschränkung des Ressourcenverbrauchs führen müssen (Stengel 2010, Rockström *et al.* 2009). Auf der anderen Seite sind komplexe Entscheidungsmuster im Alltag notwendig, wenn der Verbraucher entsprechend dem Leitbild des selbstverantwortlichen Verbrauchers agieren will und damit ökologisch und sozialorientiert handeln möchte (Piorkowsky 2011). Als Lösungsansatz wird zunehmend der Suffizienzappell als Teil der Nachhaltigkeitsstrategie diskutiert. Der Ansatz appelliert an einen geringeren Ressourcenverbrauch vorrangig durch eine Reduzierung der Nachfrage nach Gütern, aber auch durch eine Verlängerung von Nutzungsintervallen. Individuen sollen dabei nicht durch Zwänge ihr Verhalten oder ihre Praktiken vollkommen verändern, sie sollen vielmehr Ressourcen nicht übermäßig verbrauchen und ihre eigenen Konsumpräferenzen überdenken und möglichst ändern. Suffizientes Handeln verlangt dementsprechend nicht auf das Notwendige zu verzichten, sondern mit dem Ausreichenden zufrieden zu sein (Stengel 2011, Princen 2003).

---

<sup>1</sup>Fachhochschule Münster, Corrensstr. 25, 48149, Münster, Deutschland, [lgrotstollen@web.de](mailto:lgrotstollen@web.de), [melanie.lukas@fh-muenster.de](mailto:melanie.lukas@fh-muenster.de), [strassner@fh-muenster.de](mailto:strassner@fh-muenster.de)

An dieser Stelle wird dementsprechend die Verbraucherperspektive in Bezug auf suffizientes Handeln im Alltag untersucht. Dabei stellt der vorliegende Beitrag heraus, inwieweit nachhaltige Konsummuster und der Mehrfachnutzen nachhaltiger Verhaltensweisen im Alltag junger Erwachsener integriert sind und welche Rolle dabei der Suffizienzappell in Form von „gefühlter Genügsamkeit“ im Leben der jungen Erwachsenen spielt und welche Barrieren es gibt. Um das Untersuchungsfeld auf den Alltag des Individuums herunterzubrechen, wurde die Analyse des Bedarfsfeldes der Ernährung als eines der drei wichtigsten Konsumfelder neben Bauen und Wohnen und Mobilität genutzt (WBGU 2011). In diesem umfangreichen Konsumfeld wurde die Einstellung gegenüber Biolebensmitteln und regionalen Lebensmitteln als Indikatoren für nachhaltigen Konsum gewählt und analytisch erfasst.

## Methoden

Das Forschungsinteresse besteht in der Untersuchung der Verbraucherperspektiven von jungen Erwachsenen und deren Einstellung zu alltäglichen Konsumentscheidungen. Da vor allem der Bereich des suffizienten Handelns bis heute nur wenig mit empirischen Erkenntnissen abgesichert ist, wird an dieser Stelle ein qualitativer Forschungsansatz gewählt. Die Auswahl der Zielgruppe unterlag vorab definierten Kriterien. Die Interviewteilnehmer befinden sich in der Ausbildung und somit in einer ähnlichen ökonomischen Lage. Die Teilnehmer sollten dabei seit mindestens 6 Monaten eigenständig einen Haushalt geführt haben, um sicherzustellen, dass selbstständige Konsumentscheidungen getroffen werden. Die Rekrutierung der Interviewteilnehmer fand im Rahmen der eigenen sozialen Netzwerke sowie über Aufrufe über virtuelle Netzwerke (wie z.B. Facebook) statt. Ein wichtiges Kriterium bei der Auswahl bestand darin, dass kein direkter Kontakt zum Interviewer im Vorfeld bestand. So konnte sichergestellt werden, dass die Teilnehmer nicht durch die Kenntnis über den Forschungsgegenstand beeinflusst waren. Zum anderen fanden sich während der Erhebungsphase durch die Probanden und deren Bekanntenkreise weitere Teilnehmer. Die Datenerhebung erfolgte in 45-90 minütigen problemzentrierten, leitfadengestützten Interviews. Die Auswertung wurde in Anlehnung an die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring durchgeführt. Um die Materialfülle zu reduzieren wurde dabei zunächst das Prinzip des zusammenfassenden Protokolls ausgewählt. Darauf folgte die Definition von Kategorien, welche dann mit Ankerbeispielen konkreter Textstellen als prototypische Funktion für Kategorien angeführt wurden. Insgesamt wurden 14 junge Erwachsene befragt. Der Interviewleitfaden gliedert sich in verschiedene Themenkomplexe, z.B. zu sozial- oder ökologischen Verhaltensweisen und es werden Suffizienz und Dematerialisierungstendenzen im Alltag angesprochen. Die Befragten wurden zu Verzichtorientierungen im Alltag, den gefühlten Barrieren hin zu einem verträglicheren Konsum und zur ihrer generellen Konsumeinstellung befragt.

## Ergebnisse

Die Analyse der Interviews zeigt, dass die befragten jungen Erwachsenen in zwei Verbrauchertypeneingeteilt werden können: Typus A (3 Befragte, kurz: TA) weist dabei bereits ein ausgeprägtes Verständnis von ökologischen und sozialverträglichen Produkten auf und reflektiert seine Konsumentscheidungen. Er konsumiert z. B. häufig Biolebensmittel. Er ist bewusstem Verzicht positiv gegenüber eingestellt. Typ B (11 Befragte, kurz: TB) handelt hingegen wenig reflektiert und ist den Veränderungen seiner Umwelt gegenüber weniger kritisch eingestellt. Er konsumiert keine oder selten Biolebensmittel und verfügt über ein geringes Wissen von ökologisch- und sozial-

korrekten Produkten. Beide Gruppen sprechen sich jedoch für den Umweltschutz aus und sind der Meinung, dass der Erhalt der Umwelt wichtiger ist als deren Nutzen.

Die jungen Erwachsenen zeigen unabhängig von den eigenen Konsumpräferenzen im Allgemeinen eine positive Grundeinstellung zu Biolebensmitteln. So nannten die Befragten die Merkmale „umweltschonend“, „artgerechte Tierhaltung“ und weitere Teilnehmer sehen darin die „gesünderen Lebensmittel“. Zudem gaben sie an, dass Lebensmittel aus ökologischer Erzeugung geschmacklich besser sind, z.B. TB5: „(...) hätte ich Geld in Massen, würde ich auf jeden Fall Bio kaufen, weil man schmeckt den Unterschied ja auch.“ Kritisch äußerten sich einige der Verbrauchertypen B zu den Biosiegeln und bekundeten wenig Vertrauen in diese TB1: „(...) man weiß auch letztendlich nicht so richtig, ob das dann wirklich alles immer so richtig Bio ist, wo Bio drauf steht.“ Zudem wurden fälschlicher Weise die Merkmale „Frischer“ und „frei von Keimen“ den Biolebensmitteln zugeordnet. Der Nutzen von regionalen Lebensmitteln war für die Befragten einfacher zu erklären. Am häufigsten wurden die Merkmale „Herkunft bekannt“, „Region wird unterstützt“, „umweltschonend durch kürzere Wege“ genannt. Jeweils ein Verbrauchertyp B nannte jedoch die falsche Eigenschaft das regionale Lebensmittel ökologisch angebaut werden, sie besser auf Schadstoffe kontrolliert werden und sie gesünder für den Konsumenten sind. Alle Interviewteilnehmer gaben an, dass sie sich über die eigene Diskrepanz ihres Wissens und Handelns bewusst sind. Als Barrieren für umweltfreundliches Handeln wurde an erster Stelle der Preis genannt TB5: „(...) Ich weiß, dass es [ein Biolebensmittel] besser schmeckt und besser ist für alle, für mich, für die Umwelt, für alles. Also ich könnte es mir leisten, das Geld könnte ich aufbringen, dafür würde mir das Geld dann aber woanders fehlen. Und das möchte ich halt auch nicht“, die Bequemlichkeit, die Gewohnheit, sowie der zeitliche Aufwand der Beschaffung bzw. die Entfernung zum gewünschten Einkaufsort ökologischer Produkte (z.B. Biosupermarkt). (vgl. auch Enneking et al. 2004, Baranek 2007) Alle Befragten bezeichnen sich selbst als genügsam und sind mit dem zufrieden was sie haben. Verzicht wird in erster Linie mit dem Nichtvorhandensein von Geld in Verbindung gebracht. Für die Hälfte der jungen Erwachsenen hat Verzicht generell eine negative Bedeutung. Andererseits sehen viele Befragte auch einen positiven Aspekt in Verzichtshandlungen, durch einen entstehenden finanziellen Vorteil. Des Weiteren wurden der „Verzicht auf Verschwendung“ und der Verzicht in Form von Fasten genannt. Der Verzicht aus moralischen Gründen spielt zum größten Teil keine Rolle. Aus Gründen der Tierhaltung versuchen einige Befragte kein oder nur selten Fleisch zu konsumieren. Ein Anlass um das eigene Handeln zu ändern, nannte ein Teil der jungen Erwachsenen die „eigene Betroffenheit“. TB4: „(...) Also es müsste mir schon selber irgendwas zustoßen, bevor ich es dann erst lerne, glaub ich.“ Andere nannten u.a. einen geregelteren Alltag bzw. Einkommen und Stabilität oder bessere Informationen beim Einkauf. Insgesamt gaben die Befragten an, sich mit dem Thema Umweltschutz im Alltag auseinanderzusetzen. Besonders aktuelle Geschehnisse, die über die Medien kommuniziert werden, dienen als Diskussionsgrundlage mit Freunden und Familie.

## Diskussion

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass besonders der generelle Nutzen von Biolebensmitteln von den jungen Erwachsenen größtenteils erkannt wird, wenngleich sie sich in ihrer momentanen Lebensphase nicht in der Lage sehen, diese zu konsumieren. Sie verfügen über ein Grundwissen zu den abgefragten Umweltthemen, es ist jedoch festzustellen, dass fundiertes Basiswissen im Detail nicht mehrheitlich verbreitet ist und eine große Unsicherheit und mangelndes Vertrauen zu ökologisch- und sozial-

korrekten Produkten vorliegt. Neben den Kosten spielen auch die Dominanz gelebter und bewährter Bequemlichkeit und der Erhalt des individuellen Lebensstandards eine wichtige Rolle. Dies führt wiederum dazu, dass die jungen Erwachsenen ihre Gewohnheiten beibehalten. Die meisten Teilnehmer verhalten sich interessanterweise aber konträr zu ihrer persönlichen Einstellung, denn grundsätzlich erscheint Umweltschutz und soziales Interesse als wichtiger Handlungspunkt. Eine Neigung zu einem suffizienten und maßvollem Handeln ist unabhängig von der eigenen Einstellung gegenüber nachhaltigem Konsum bei den Befragten durchaus sichtbar. Da die Personen der Zielgruppe über ein begrenztes monetäres Kontingent verfügen, müssen aus finanziellen Gründen Suffizienzstrategien täglich angewendet werden. Eine gewisse Unabhängigkeit wird sich von dieser Generation gewünscht, und auch der Besitz von Gütern spielt eine wichtige Rolle. Aspekte, die dem maßvollen Handeln nach dem üblichen Verständnis entgegenstehen.

### Schlussfolgerungen

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass die Anschlussfähigkeit für suffizientes sowie ökologisch- und sozial-korrektes Verhalten vorhanden ist, wenn ein persönliches Grundinteresse und die eigene Motivation bereits bestehen. Die identifizierten Barrieren wie Kostenaspekte, unvollständiges Wissen oder die Skepsis gegenüber „anderen Verhaltensweisen“ müssen durch Informationen, Anreize und Nutzervorteile durchbrochen werden. Solche Maßnahmen bedürfen einer Integration der Politik aber auch weiteren Akteuren wie z.B. den Verbraucherzentralen oder Bildungsinstituten. Da Studenten und Auszubildende nur über begrenzte Mittel verfügen, sollten die generellen Kostenvorteile vor allem von suffizienten Verhaltensweisen herausgestellt und kommuniziert werden, um eine Anschlussfähigkeit bei dieser Zielgruppe zu erzeugen.

### Literatur

- Baranek, E. (2007): Wer kauft Bio? Zielgruppenspezifische Motive für den Kauf von Biolebensmitteln. Verlag Dr. Köster, Berlin.
- Enneking, U., Lüth, M., Spiller, A. (2004): Ein Weg aus der Nische? Eine Analyse von Selten- und Gelegenheitskäufern ökologischer Lebensmittel mittels Discrete Choice Analyse, in: Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e. V., Bd. 29, S. 273-281.
- Piorkowsky, M.-B. (2011): Noch immer gesucht: Der mündige Verbraucher. Ernährung im Fokus. S. 11.
- Princen, T. (2003): Principles for Sustainability: From Cooperation and Efficiency to Sufficiency. Global Environmental Politics 3:1.
- Rockström, J. et al. (2009): A safe operating space for humanity. Nature 461, Nr. 7263: 472–475.
- Stengel, O. (2011): Suffizienz. Die Konsumgesellschaft in der Krise. oekom Verlag, München.
- Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen (WBGU) (2011): Welt im Wandel. Gesellschaftsvertrag für eine Große Transformation. WBGU, Berlin.